

И. В. Ткачук,

Винницкий торгово-экономический институт КНТЭУ, г. Винница

ПЕРЕВОД КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В предлагаемой статье перевод рассматривается как средство межъязыковой коммуникации. Соотношение языка и культуры – тема актуальная, многогранная и неисчерпаемая, поскольку затрагивает коренные проблемы интеллектуального и социального бытия человека, а каждый ракурс её исследования представляет собой объект для отдельного изучения и анализа. В статье предпринята попытка высветлить два взаимосвязанных аспекта заявленной проблематики: во-первых, рассмотреть вопрос о роли перевода как средства межкультурной коммуникации и, во-вторых, выявить требования к подготовке переводчика для исполнения этой роли.

Ключевые слова: перевод, межкультурная и межъязыковая коммуникация, лингвокультурная адаптация, межкультурный конфликт.

TRANSLATION AS A MEANS OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

The article deals with the translation as a means of cross-language communication. The ratio of the language and culture is an actual, multi-faceted and sophisticated as it touches upon the fundamental problems of intellectual and social life of the person, thus, every perspective of the research can be the object of an independent study and analysis. The article focuses on highlighting the two interrelated aspects of the stated problems. Firstly, it deals with the issue of the role of translation as a means of intercultural communication and, secondly, the requirements for the preparation of the interpreter to perform this role are analyzed.

Keywords: translation, intercultural and cross-language communication, linguo-cultural adaptation, intercultural conflict.

ПЕРЕКЛАД ЯК ЗАСІБ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У запропонованій статті переклад розглядається як засіб міжмовної комунікації. Співвідношення мови і культури – тема актуальна, багатогранна і невичерпна, оскільки зачіпає корінні проблеми інтелектуального і соціального буття людини, а кожен ракурс її дослідження являє собою об'єкт для окремої розвідки та аналізу. У статті зроблена спроба висвітлити дві взаємопов'язаних аспекти заявленої проблематики: по-перше, вивчити питання про роль перекладу як засобу міжкультури комунікації і, по-друге, з'ясувати вимоги до підготовки перекладача до виконання цієї ролі.

Ключові слова: переклад, міжкультури і міжмовна комунікація, лінгвокультурний адаптація, міжкультури конфлікт.

Центральним поняттям теорії перекладу являється само поняття «переклад». Содержание ключевого термина изменялось в течении столетий и в наши дни трактуется неоднозначно. Прежде всего, следует иметь в виду, что концепт «переклад» многозначно. Во-первых, данное понятие обозначает перевод как некую интеллектуальную деятельность, то есть, процесс. Во-вторых – перевод как результат этого процесса является продуктом переводческой деятельности, иначе говоря, речевым воспроизведением (текстом перевода), созданным переводчиком. Именно от личности, профессионализма и компетентности переводчика зависит успех межкультурной коммуникации, а, следовательно, переводчик должен быть не только языковой личностью, которая владеет двумя языками, но и быть поли(би)культурной речевой личностью.

Будучи средством общения людей различных национальностей, перевод является средством межъязыковой и межкультурной коммуникации. Согласно одной из фундаментальных работ по теории перевода, автором которой является А. Д. Швейцер, «перевод может быть определен как однонаправленный и двухфазный процесс межъязыковой и межкультурной коммуникации, при котором на основе подвергнутого целенаправленному («переводческому») анализу первичного текста создается вторичный текст (метатекст), заменяющий первичный в другой языковой и культурной среде <...>. Это процесс, характеризуемый установкой на передачу коммуникативного эффекта первичного текста, частично модифицируемый различиями между двумя языками, двумя культурами и двумя коммуникативными ситуациями» [7, с. 75].

Перевод в современном переводоведении рассматривается как часть опосредованной культурой межкультурной коммуникации, в которой переводчик выступает в качестве языкового посредника. Известно, что язык является отражением культуры нации, содержит национально-культурный компонент (код) того или иного народа. В нем встречаются слова, в значении которых может быть выделена особая часть, отражающая связь языка и культуры. От правильной передачи такого рода лексических единиц (прежде всего) на язык перевода, которая предполагает одновременную коммуникативно-прагматическую адаптацию определённых сем, зависит успех или неудача межкультурного общения и коммуникации.

Рассматривая возможности лингвокультурной адаптации, с помощью которой определяют степень сохранения или потери культурной информации в процессе перевода, Н.В.Тимко отмечает, что такие слова, как, например, *черемуха* – *bird's cherry* значительно расходятся на уровне сигнификативных коннотаций: «в русской культуре черемуха обладает яркой положительной окраской, закреплённой в лигатурной традиции, особенно поэтической. Есенин создал поэтический образ дерева, который ассоциируется с красотой, нежностью, юностью. Английский словарный эквивалент лишен какой бы то ни было эмоциональной значимости, так как черемуха мало известна англичанам» [6, с. 151].

Взаимодействие культур через перевод предполагает, прежде всего, стремление предоставить в распоряжение читателей перевода факты и события, свойственные чужой культуре, с целью расширить читательский кругозор, дать им возможность понять, что у других народов могут быть иные обычаи, что надо знать и уважать другие культуры. В этом заключается огромная общеобразовательная и воспитательная роль перевода [4, с. 130].

Как инструмент знакомства с чужой культурой, перевод играет важнейшую роль, поскольку он «пересекает» не только границы языков, но и границы культур, а создаваемый в ходе этого процесса текст транспонируется не только в другую языковую систему, но и в систему другой культуры [8, с. 37].

Часто знакомство с элементами культуры происходит опосредованно: во-первых, через художественный текст; во-вторых, через переводной вариант этого текста. Если речь идет о переводе, то ни автор оригинала, ни читатель текста перевода не в состоянии проверить, насколько элементы культуры, представленные в переводе, соответствуют реальному положению вещей, так как оба они находятся по разные стороны лингвокультурного барьера. В таком случае вся ответственность возлагается на переводчика, который выступает в качестве эксперта относительно обеих культур.

С одной стороны, переводчик должен сохранить авторские культурные маркеры, а с другой, – помочь читателю идентифицировать культурные маркеры, часто адаптируя их. Поэтому лингвокультурная трансляция в процессе перевода осуществляется различными степенями адаптации. Она может быть слабой, сильной или вообще отсутствовать. В связи

с этим перед переводчиком стоит вопрос, как поступать с элементами культуры при передаче содержания: сохранять конвенции исходной культуры или заменять их конвенциями культуры, к которой принадлежит переводной текст? Выбор переводчика определяется заранее выбранной стратегией и зависит от того, какое место культурная информация занимает в системе ценностей, представленных в тексте оригинала [6, с. 55–56].

Своеобразие национальных языковых картин мира и множественность культур не является препятствием для взаимопонимания народов и преодолевается при переводе. Одним из важных и решающих практических доказательств совместимости логических и языковых систем в их познавательной сущности является неопровержимый факт взаимопонимания народов на основе перевода с одного языка на другой. Никогда в истории (кроме библейского Вавилона) языковые преграды не были непреодолимой помехой общения народов не только цивилизованных, но и народов, стоящих на разных ступенях социального развития (например, в период великих географических открытий). Однако межкультурное общение адекватно и успешно протекает только тогда, когда коммуниканты, являющиеся носителями разных культур и языков, осознают тот факт, что каждый из них является «другим» и каждый попеременно воспринимает «чужеродность» партнера. Следовательно, ознакомление с культурой других народов является одной из важнейших социальных функций перевода. Переводчик-билингв является как бы «двойной» языковой личностью. Он воспринимает иноязычную текстовую деятельность с позиции лингвокультуры иноязычного социума, после чего переходит на родной языковой и социокультурный коды (в их нерасторжимом единстве). Особенность переводческого билингвизма состоит, во-первых, в том, что переводческий билингвизм имеет, как правило, асимметричный характер. У большинства переводчиков доминирует один язык, данный ему с молоком матери, равно как и одна культура, впитанная вместе с этим языком. Этот язык и эта культура подчиняют себе другие, с которыми переводчику приходится сталкиваться при переводе. Через призму доминирующего языка и доминирующей культуры расшифровываются смыслы, заключенные в речевых произведениях на другом языке, воспринимаются факты другой культуры. Во-вторых, в процессе перевода оба языка присутствуют в акте речи и функционируют одновременно, что означает, что переводчику постоянно приходится преодолевать интерференцию языков и культур.

Под понятием межкультурная коммуникация в самом общем виде понимается непосредственный или опосредованный обмен информацией между представителями разных лингвоструктур. Межкультурная коммуникация, в отличие от публичной, межличностной, групповой или профессиональной коммуникации, не является одной из сфер коммуникации как таковой. Скорее, можно говорить о том, что коммуникация межкультурная является коммуникацией *par excellence*, так как в ней в обостренном виде проявляются все существенные, узловые проблемы коммуникации, в частности – проблемы контекстуализации и (ре)конструирования смысла в рамках коммуникативного события.

Термин «межкультурная коммуникация» в узком смысле появился в литературе в семидесятых годах двадцатого века. К этому времени сформировалось и научное направление, логической сердцевиной которого стало изучение коммуникативных неудач и их последствий в ситуациях межкультурного общения. Впоследствии произошло расширение понятия межкультурная коммуникация на такие области, как теория перевода, обучение иностранным языкам, сравнительная культурология и др. К настоящему моменту научные исследования в области межкультурной коммуникации фокусируются на поведении людей, сталкивающихся с различиями в языковой деятельности и последствиями этих различий.

Стремление понять другие культуры и их носителей, познать культурные сходства и различия, всегда волновало пытливые умы человечества. В эпоху глобализации вообще и экономики, в частности, проблема успешной межкультурной коммуникации становится все более насущной. Процесс межкультурной коммуникации уже давно стал предметом специальных исследований в самых различных дисциплинах от антропологии до филологии. Понятие «межкультурной коммуникации» впервые было сформулировано в 1954 году в работе Г. Трейдера и Э. Холла «Культура и коммуникация. Модель анализа». В этой работе под межкультурной коммуникацией понималась идеальная цель, к которой должен стремиться человек в своем желании как можно лучше и эффективнее адаптироваться к окружающему миру. Многие ученые, исследовавшие межкультурную коммуникацию, рассматривали ее как общение людей, принадлежащих к разным этносам. В узком смысле межкультурную коммуникацию можно представить как опосредованное общение между представителями разных культур. В определении межкультурной коммуникации ключевым является общение между людьми разных народов. В данной статье под межкультурной коммуникацией понимается общение языковых личностей, принадлежащих к различным лингвокультурным сообществам. Совершенно очевидно, что общение это является не только вербальным. Национальная семиосфера (семантическое пространство) включает в себя разнообразные коды, каждый из которых отличается своей спецификой по сравнению с аналогичным кодом в другой национальной культуре. Особой семиотичностью отмечены лексические единицы для обозначения понятий в одной из культур того, что отсутствует или не обладает знаковой в другой (ср. *смотрины, перестройка, commuter, road rage, joy riding*). Необходимо заметить, что в процессе межкультурной коммуникации коммуникативные неудачи встречаются чаще, чем в монокультурной. Изучение типов подобных неудач является одной из базовых проблем лингводидактики и той области прикладной лингвистики, которая занимается описанием языка для его преподавания «инофонам» [см. 2, с. 54].

Однако не всегда партнеры по коммуникации получают удовлетворение от общения с представителем другой культуры. Аксиомой для постулатов социологии культуры и культурной антропологии стало утверждение о том, что «чужая культура – всегда грязная». Причин тому немало – это и отношение к другой культуре, как «чужой», и стереотипы, коренящиеся в нашем сознании, и губительное воздействие этноцентризма. Все это в совокупности создает затруднения быть понятым и услышанным в акте речевого общения [1, с. 47–48]. Очевидно, что актуальность вопросов, связанных с межкультурной культурой, приобрела в настоящее время небывалую остроту. Повышенный интерес к изучению культур разных народов, выдвигание на передний план культурологии, еще недавно влчившей жалкое существование на задворках истории, философии, филологии; поток публикаций на тему диалогов и особенно конфликтов культур; создание обществ, ассоциаций, объединяющих исследователей проблем культуры; бесконечные конференции, симпозиумы, конгрессы по вопросам культуры; включение культурологии и антропологии в учебный план подготовки специалистов по всем гуманитарным направлениям и даже в программы средней школы; наконец, известное предсказание С. Хантингтона о третьей мировой войне как войне культур и цивилизаций – все это свидетельствует о настоящем буме, взрыве интереса к проблемам культуры. К сожалению, за этой популярностью скрываются не только и не столько благородные и созидательные мотивы интереса к другим культурам, или стремление обогатить свою культуру опытом и оригинальностью других, сколько совсем иные причины, грустные и тревожные. В последние годы социальные, политические и экономические потрясения мирового масштаба привели к небывалой миграции народов, их переселению, расселению, столкновению, смешению, что, разумеется, приводит к конфликту культур [5, с. 18–19].

Предпосылками такого явления были социальные, политические и экономические потрясения мирового масштаба (такие как, например, падение Берлинской стены, распад Советского Союза, расширение Европейского союза, создание Шенгенского договора и в целом научно-технический прогресс и пр.), приведшие к необыкновенной миграции народов, их переселению, смешению и столкновению. Исходя из сути термина «конфликт культур», многие авторы приходят к заключению, что родная культура объединяет людей, в то же время отделяя их от чужих культур. Следовательно, весь мир делится на «своих» и «чужих», не владеющих языком и не знакомых с культурой данного народа [3].

Открытие новых граней и обогащение новыми знаниями об иноязычной культуре, соприкосновение с которой преподает людям как *homo loquens* уроки духовности и побуждает к синтезу ценностей, предполагает их сублимации в отечественную культуру. В процессе межкультурного общения происходит более глубокое понимание родной культуры, но при одновременной оценке инокультуры через призму своей собственной, возникает конфликт. Путем исследования разнообразных межкультурных ситуаций выявляются основные причины конфликта в языке и культуре. К ним относятся: языковой барьер (как следствие лингвистической некомпетентности), этническая ментальность, проявляющаяся в культурно-обусловленных моделях поведения и национально-специфические особенности «культур-коммуникантов». Соприкасаясь с инокультурой, языковые личности стоят на пороге новых открытий благодаря добровольной интеграции в контекст межкультурного диалога, происходящего в и характеризующего нашу *belle époque* (прекрасную эпоху).

Література:

1. Гойко Е. В. Преграды в межкультурной коммуникации / Е. В. Гойко // Вестник МГУКИ. – 2011. – № 2. – С. 47–48.
2. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации / Д. Б. Гудков. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. – 288 с.
3. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию: Пер. с нем.; Общ.ред. Г.В. Рамишвили / В. Фон Гумбольдт. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2000. – 389 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1990. – 253 с.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: (Учеб.пособие) / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово / Slovo, 2000. – С. 18–19.
6. Тимко Н. В. Фактор «культура» в переводе / Н. В. Тимко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Курс : Курск. гос. ун-т, 2007. – 151 с.
7. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 234 с.
8. Швейцер А. Д. Теория и практика перевода / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1998. – 268 с.

УДК 811.111(81'42)

О. Є. Ткачук-Мірошніченко,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

РОЛЬ ІКОНІЧНОГО КОМПОНЕНТУ В АНГЛОМОВНОМУ РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Ця стаття присвячена розгляду ролі іконічного компоненту в англomовному рекламному дискурсі. Останній представлений зразками креолізованих рекламних текстів, в яких вербальний та іконічний компоненти взаємодіють, працюючи на досягнення прагматичного ефекту. Іконічними компонентами виступають зображення-метафори, зображувальні символи, колір та параграфічні знаки. Дискутується питання про допоміжну роль, яка відводиться іконічному компоненту в англomовних рекламних текстах.

Ключові слова: вербальний компонент, іконічний компонент, креолізований текст, зображення-символ, параграфічний знак.

THE ROLE OF THE ICONIC COMPONENT IN THE ENGLISH-SPEAKING ADVERTISING DISCOURSE

The article is devoted to the analysis of the role of the iconic component in the English-speaking advertising discourse. The latter is represented by examples of creolized advertising texts. Both verbal and iconic components interact, aiming at exercising pragmatic effect on the addressee. The iconic component is manifested in illustrations, visual symbols, colour, and paragraphic signs. Illustrations transform into visual metaphors with symbolic meaning. Besides its psychological effect and attractiveness, colour communicates with the addressee, produces associations relevant to the advertised product. Different styles of type communicate additional associations as well. The article disputes the secondary role of the iconic component in the English-speaking advertising discourse.

Key words: verbal component, iconic component, creolized text, visual symbol, paragraphic sign.

РОЛЬ ИКОНИЧЕСКОГО КОМПОНЕНТА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Данная статья посвящена рассмотрению роли иконического компонента в англоязычном рекламном дискурсе. Последний представлен образцами креолизованных рекламных текстов, в которых вербальный и иконический компоненты взаимодействуют, работая на достижение прагматического эффекта. Иконическими компонентами являются изображения-метафоры, изобразительные символы, цвет и параграфические знаки. В статье дискутируется вопрос о вспомогательной роли иконического компонента в англоязычных рекламных текстах.

Ключевые слова: вербальный компонент, иконический компонент, креолизованный текст, изображение-символ, параграфический знак.

Аналіз будь-якого виду дискурсу не обмежується дослідженням виключно мовного наповнення останнього. У межах дискурсивного аналізу своє висвітлення знаходять власне немовні (іконічні) засоби передачі інформації,

Метою цього дослідження є визначення ролі іконічного компоненту в організації англomовного рекламного тексту, аналіз впливу іконічних засобів на адресата та на формування комунікативно-прагматичного аспекту англomовного дискурсу і тексту.

Як зауважує І. Н. Горелов, «в людині виховується з самого початку життя навичка розподілу уваги між вербальною та невербальною частинами комунікативного акту, який завжди входить до більш широкої сфери, ніж власне мовленнєва діяльність» (переклад наш – О.Т-М.) [5, с. 90].

Рекламний дискурс є динамічним утворенням, для якого є характерним синтез багатьох компонентів. Такими провідними інтерактивними компонентами є, звичайно, вербальні та іконічні, що свідчить про взаємодію в рекламі двох мов – власне мови та парамови [8, с. 66]. Результатом останньої є «іконічний текст – послідовність іконічних знаків, опосередкована мовною та мовленнєвою компетенцією і когнітивним станом адресанта і адресата, та яка зберігає основні